

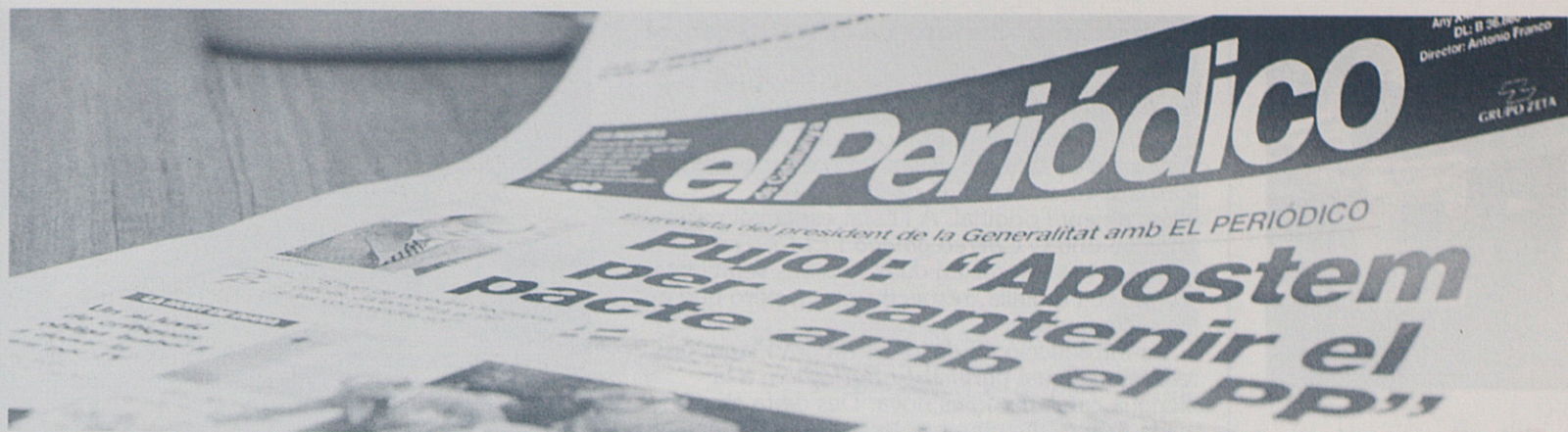
El Periòdic, un nou pas de la premsa en català

Segre edita també la versió catalana coincidint amb el seu 15è aniversari

—Montse Bassa—

El panorama de la llengua catalana als mitjans de comunicació escrits està canviant. Abans de final d'any, en una data encara sense concretar, hi haurà als quioscs *El Periòdic*, la versió en català de l'actual *El Periódico de Catalunya*. I des de l'onze de setembre, a les comarques de ponent el *Segre* fa tres quarts del mateix. Ambdues iniciatives editorials, cadascuna al seu nivell, permetran copsar les preferències lingüístiques dels lectors. Aquest vehicle de comunicació que és la llengua plasma el seu ús en els llibres d'estil que tenen molts dels mitjans. Tot apunta que ara entrem en una nova etapa de renovació on la normalització lingüística dona més fruits.





El que fins ara és un projecte serà una realitat que obrirà un nou panorama a la premsa escrita en llengua catalana. Els seus promotors diuen que *El Periòdic* i *El Periódico* seran clònics. Dos germans bessons que arribaran al lector en iguals condicions, amb l'únic canvi de la llengua i el color de les capçaleres per no crear confusions —vermell la castellana i blava la catalana—. La tria serà a les mans del lector.

Els més optimistes auguren que aquests canvis reordenaran el sector dels mitjans escrits i que ens trobem davant d'una operació de gran envergadura amb unes conseqüències favorables per a la projecció de la llengua catalana comparables al naixement de Televisió de Catalunya.

El nou periòdic pretén captar inicialment dos tipus de lectors: d'una banda els mateixos que fins ara llegeixen *El Periódico* i que poden fer el canvi de llengua en els propers anys, i de l'altra, els joves a partir dels vint anys que ja han rebut l'escolarització en català i que comencen a tenir poder adquisitiu i per tant poden comprar el diari.

La pregunta sobre què passaria si els diaris en castellà es publicuessin en català, que fins ara es quedava en un gran interrogant, tindrà resposta ben aviat. Inicialment les expectatives i els estudis de mercat són favorables. A més, publicar en català enceta una nova via de competència comercial entre les dues capçaleres barcelonines capdavanteres en nombre de vendes: *El Periódico* i *La Vanguardia*.

Qui pot patir més directament les conseqüències és l'*Avui*, l'únic diari barceloní en català. I en segon terme els diaris comarcals d'informació general com *El Punt*, *Regió 7* o *Diari de Girona*, entre altres. Per a Ricard Fité, filòleg, periodista, excap d'edició del diari *Avui* i actual cap de redacció d'*El Periòdic*, el suposat èxit del rotatiu "pot impedir el creixement de l'*Avui* i li ho pot posar més difícil, però igualment el lector de l'*Avui* no té res a veure amb el d'*El Periódico*". També creu que "*El Periódico* és el diari menys marcat ideològicament, més obert, i la proposta que ofereix és la d'un diari en català competitiu".

El català d'*El Periòdic*

El català que farà servir *El Periòdic* té la voluntat de consolidar el model estàndard, de no posar traves al lector, sinó facilitar una lectura còmoda i sense obstacles. Hi predominarà "un estil àgil, funcional, que potencii el llenguatge, que la gent no noti que llegeix en català, que el text entri pels ulls de la forma més fàcil", diu Fité. Un model de llengua que preveu complir amb els principis establerts per l'Institut d'Estudis Catalans, màxima autoritat en la matèria, però que també vol donar entrada a elements populars de la llengua catalana. Aquest esquema coincideix amb el model de diari que *El Periódico* ha seguit fins ara: una fórmula populista atractiva per al lector, amb titulars, fotografies i infogràfics destacats i un llenguatge planer.

De la traducció, correcció i edició dels textos se n'encarregarà un equip d'entre vint i trenta professionals formats en periodisme i filologia que tractaran els textos tant del castellà al català com a la inversa, ajudats d'un complex programa informàtic. Per aconseguir la màxima fiabilitat se'ls demana sensibilitat lingüística i referents periodístics. Els principals problemes es trobaran a l'hora de fer quadrar els titulars traduïts i en les matisacions de paraules en temes punxeguts, com ara la política o els articles d'opinió. I també en determinats estrangerismes que el català ha adoptat més ràpidament i que el castellà encara no admet. Per evitar descoordinacions un control central comparà les dues edicions diàriament.

Els redactors podran escollir la llengua en què vulguin escriure i en el cas dels col·laboradors s'estudia si podran cobrar més per un mateix article que lliurin escrit en les dues llengües. Pel que fa a la publicitat, "el client mana", diu Fité, i s'admeten les possibilitats d'anunciar-se en les dues llengües sense cost addicional o bé en una de sola però que igualment es publicarà a les dues edicions, tot i que s'estimularà especialment la inserció de publicitat en català. La traducció de tota mena d'anuncis també la farà el mateix equip.

A la pàgina de l'esquerra, la redacció d'*El Periòdic* en català, que està situada en un entresolat de la mateixa redacció d'*El Periódico* en castellà. Sobre aquestes ratlles, una portada de prova d'*El Periòdic* en català. El logotip —en les primeres proves encara es feia servir el castellà, mentre s'acabava de dissenyar el català— és imprès en negatiu sobre fons blau, per distingir-lo clarament de l'edició castellana, sobre fons vermell. A la pàgina següent, Ricard Fité, cap de redacció de l'edició catalana d'*El Periòdic*, a la redacció.

— La pregunta sobre què passaria si els diaris en castellà es publicuessin en català tindrà resposta ben aviat —



Segre, també en català

A les comarques de ponent, des del passat 11 de setembre i coincidint amb el 15è aniversari del rotatiu, els lectors troben el *Segre* al quiosc en dues edicions, en castellà i català. Fins ara l'edició era íntegrament en castellà, excepte alguns articles d'opinió i les cartes al director, que s'escrivien en català. Les dues edicions es diferenciarien tan sols pel color de la capçalera, blava la castellana i vermellosa la catalana. “Aquesta proposta respon a les ganes d'adaptar-nos on vivim i per evitar que ho faci la competència abans que nosaltres”, comenta la directora en cap, Anna Gómez. Per a la nova edició *Segre* ha ampliat la seva plantilla amb quinze filòlegs que inicialment traduiran els textos del castellà al català, tot i que més endavant està previst que tot segueixi un procés informàtic. “El repte serà quadrar els titulars sense que se'n perdi el sentit”, diu Gómez. Inicialment es continuarà tirant entre tretze i quinze mil exemplars diaris en castellà i entre tres i quatre mil en català. Un estudi de mercat elaborat pel diari indica que a Lleida ciutat no hi ha una demanda gaire gran de premsa en català. De fet, l'últim intent va ser *El Nou Diari*. Tot i així el diari ho afronta com “un risc econòmic amb garanties”, i espera que, com en el cas d'*El Periódico*, el lector en castellà es reconverirà progressivament a l'edició en català.

Antecedents a Europa i a l'Estat espanyol

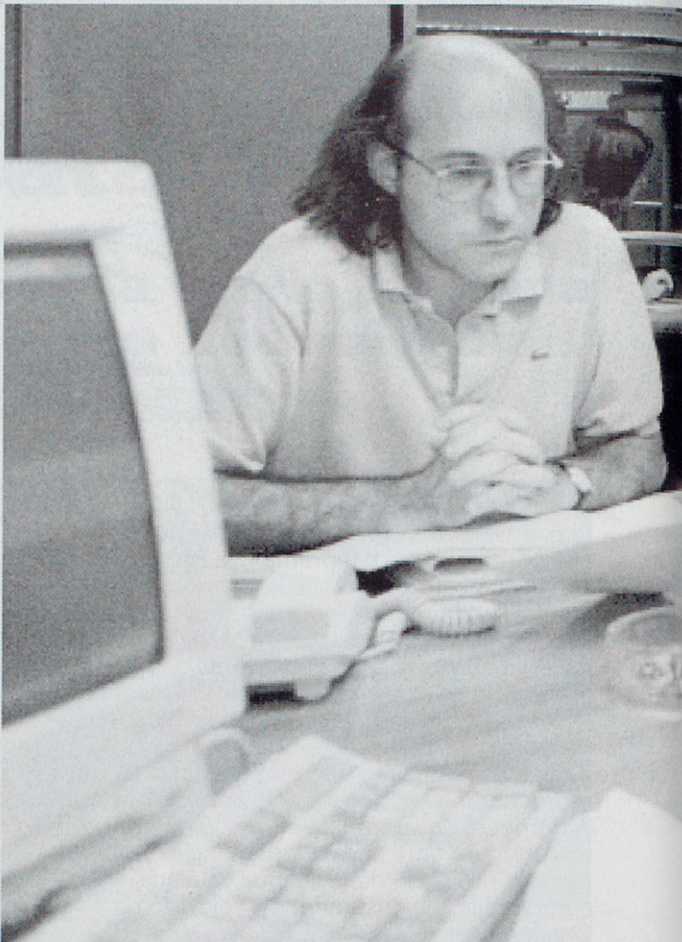
A Europa hi ha diaris que també dupliquen les seves edicions i canvien la llengua. És el cas del *DNA* d'Estrasburg, a França, i de l'*As Diena* de la capital de Letònia, Riga. Però en tots dos casos la versió traduïda no reproduïx exactament l'original. A l'Estat espanyol passa el mateix amb *O Correo galego* i *El Correo gallego*, que ofereixen dues versions semblants en gallec i castellà, respectivament, però que no són idèntiques.

La introducció d'Edicions Primera Plana, grup editorial al qual pertany *El Periódico*, a la llengua catalana no és nova. Des de fa cinc anys cada mes es distribueix a les escoles catalanes *El Periódico de l'Estudiant* i des del febrer passat s'edita *El Periódic d'Andorra*, que es reparteix al Principat juntament amb l'exemplar d'*El Periódico*. Tot i així, aquestes dues capçaleres no seran tingudes gaire en compte a l'hora de configurar la versió catalana, que inicialment es repartirà per Catalunya i les Balears.

L'empresa editora inverteix 1.500 milions en el llançament d'aquest projecte. Actualment *El Periódico* encapçala el rànquing de vendes a Catalunya, amb una mitjana de 227.000 exemplars diaris segons l'últim informe de l'OJD, i un públic lector que es concentra sobretot a Barcelona ciutat i a tota l'àrea metropolitana. Fundat a Barcelona el 1976, *El Periódico* va tenir en un principi i durant uns quants mesos una edició simultània a Madrid, i al llarg dels seus primers cinc anys es va situar en el segon lloc de difusió entre els diaris editats a Catalunya.

Llibres d'estil: les regles del joc de la informació

Com ho he d'escriure, això?”. Quan un periodista s'aixeca de la taula perquè els assessors lingüístics li resolguin aquest dubte s'obre un debat. És una pràctica que té diferents solucions; la més habitual és la consulta al llibre d'estil. L'aparició dels llibres d'estil ha servit per prendre el pols a la llengua i comprovar-ne l'estat de salut dins dels mitjans de comunicació. Des de la instauració de la democràcia fins avui molts mitjans de comunicació s'han encarregat d'establir la seva pròpia normativa, que s'ha materialitzat en l'aparició progressiva dels llibres d'estil. Mentre que alguns han optat per publicar-los —algunes edicions a hores d'ara es troben exhaurides—, altres han preferit mantenir-los



com una norma interna de la redacció.

En el cas d'*El Periódico*, que ja té publicat un llibre d'estil en castellà, la versió del diari en català fa que projecti renovar-lo. Tot i que ara no és la principal prioritat, el llibre d'estil tindrà nous apartats, com el tractament del català, el disseny i la fotografia, que no consten a l'edició actual. Aquesta renovació anirà a cura de Ricard Fité, que ja ha coordinat un manual de Catalunya Ràdio i el mateix llibre d'estil de l'*Avui*.

Avui, el llibre al carrer

Aquest estiu l'*Avui* ha posat a la venda el seu llibre d'estil, satisfent així els desitjos de molts



dels seus lectors. El nou manual es basa en un primer que circulava en forma de fotocòpies internes per la redacció i que datava del 1978, en què Santiago Ramentol era el director del diari. No hi ha un trencament amb la normativa, però s'hi donen opcions per a una llengua més funcional, corrent i habitual, buscant unes aplicacions més flexibles. El llibre es divideix en quatre grans blocs: el model de llengua, convencions topogràfiques, vocabulari de dubtes i tres annexos, que tracten sobre la transcripció de mots a l'alfabet llatí, termes inacceptables i termes acceptables no inclosos al diccionari normatiu o incorporats recentment.

Pel que fa al model de llengua l'*Avui* s'inclina per la variant oriental, tant pel seu pes en la tradició catalana com perquè és majoritària entre els lectors del diari. El rotatiu trenca així amb el tabú de no haver publicat el seu llibre d'estil per una certa por a la pèrdua de la fidelitat del lector en català a causa d'optar per un llenguatge massa atrevit.

Entre les noves acceptacions, el manual resolt dubtes i admet l'ús de paraules catalanitzades com 'bungalou', 'xiringuito', 'fiasco', 'handicap',

'vàter' o 'xou'. Un dels artífexs del llibre d'estil és l'excap d'edició Ricard Fité. L'actual cap d'edició, Albert Pla, referint-se al model de llengua, diu que “calia trobar un estàndard prou neutre i clar perquè la informació arribés neta al lector” (*Avui*, 6/7/97), fugint així del llenguatge encarcerat, que és un dels tòpics que arrossega el diari. Segons Pla, el futur del català se sent amenaçat per la llatinització i la dialectització. El model de català dels mitjans, afirma, ha de ser un terme mitjà entre aquests dos extrems.

Marcar una pauta

El llibre d'estil és aquell codi intern de qualsevol mitjà que tracta d'unificar els sistemes i les diferents formes expressives. Darrere de tot això hi ha la voluntat de donar una personalitat pròpia al mitjà; d'aquí ve que sovint cadascun d'ells opti per criteris diferents en qüestions similars. No hi ha una homogeneïtat al cent per cent. Volen ser una eina pràctica per a un ús correcte de la llengua als canals de comunicació i que serveixi d'ajuda a tots els professionals per tenir coneixement i domini de la llengua.

— La traducció al català d'un producte informatiu pensat en castellà planteja molts problemes de llibre d'estil —

Principals llibres d'estil a Catalunya

El País. Libro de estilo
El País, 1977

Manual de estilo. Agencia EFE
Castalia, 1981

La Vanguardia. Libro de redacción
La Vanguardia-TISA
Barcelona, 1986

Un model de llengua pels mitjans de comunicació. Llibre d'estil del Diari de Barcelona
Editorial Empúries
Barcelona, 1987

Libro de estilo. El Periódico de Catalunya
Edicions Primera Plana
Barcelona, 1989

El 9 Nou. Manual de redacció i estil
EUSEBI COROMINA
Eumo editorial
Vic, 1991

Vademécum de español urgente
Fundación Efe
Madrid, 1992

Libro de estilo de ABC
Ariel
Madrid, 1993

Manual de estilo de TVE
SALVADOR MENDIETA
Labor
1993

Libro de estilo
JOSEP MARIA CASASÚS
El Mundo Deportivo
Barcelona, 1995

El català a TV3. Llibre d'estil
Comissió de Normalització Lingüística de TVC
Edicions 62
Barcelona, 1995

Llibre d'estil d'El Punt. Model de llengua
PERE DROU
Edició provisional no publicada (1994)

La Veu del Priorat
DOLORS MUNTANÉ
Edició no publicada (1994)

Avui, llibre d'estil
Empúries
Barcelona, 1997

Problemes de traducció

Fent un cop d'ull als diferents llibres d'estil és fàcil ensopegar amb criteris, definicions o simplement l'acceptació de paraules que per diferents motius criden l'atenció. Sense ànim de buscar-los les pessigolles, aquí n'hi ha una mostra:

—Admissió de denominacions de celebracions populars no catalanes, com 'Feria de Abril' o 'Oktoberfest', de mots intraduibles com 'cante jondo' o 'rodeo' i també de paraules com 'barco' (per a un ús restringit), 'bacon', 'blavero', 'cel·lo', 'guapo', 'majoret', 'novatada' o 'pantis' (TV3).

—Acceptació de paraules difícils de traduir, com 'calçots' (*El País*) o 'xiquets' i 'lehendakari' (ABC).

—Preferència per no intentar traduir formes heretades del franquisme "que s'usen encara abundantment en el llenguatge polític i periodístic, sovint amb intenció irònica o de desqualificar l'adversari", com ara: "adhesiones inquebrantables", "compañeros de viaje" o "contubernio judeo-masónico" (*El Punt*).

—No s'ha d'accentuar el cognom 'Garcia', perquè és d'introducció molt antiga als Països Catalans (*El Punt*).

—Per evitar la invasió dels anglicismes, s'anima a traduir paraules anglosaxones com 'puding', 'speakers', 'planning', 'hit-parade' o 'hall'. (Agència Efe).

Els continguts dels llibres d'estil sobrepassen la normativa gramatical, l'ortografia o el lèxic, i la majoria ofereixen informacions diverses i complementàries. Per exemple, el llibre d'estil de TV3 explica com s'han de pronunciar els noms estrangers en llengües que van del serbocroat a l'hongarès o el xinès.

El manual de redacció i estil d'*El 9 Nou* va ser el primer llibre d'estil editat per un periòdic comarcal en català. La primera edició va sortir l'octubre de 1991, amb una tiratge de dos mil exemplars; des de llavors se n'han fet quatre edicions més.

El manual d'*El País* és dels que ofereix un ventall d'informació més completa. Fa atenció al tractament en els actes de protocol, té un apartat de signes ortogràfics, una taula d'equivalències i un recull de més de mil sigles diferents. Fruit de catorze anys de treball, aquest llibre es divideix en dues parts: la que recull els principis ètics i les normes de redacció, i el diccionari de paraules amb significats dubtosos o expressions de difícil traducció.

Hi ha uns quants elements bàsics del llenguatge periodístic que s'aprenen a les facultats i que la majoria dels llibres d'estil repeteixen, com ara: cenyir-se a la llengua estàndard, evitar els tecnicismes, els col·loquialismes, els vulgarismes, suprimir els trets dialectals... Altres apartats recorden les beceroles de la professió: descriure els gèneres periodístics, respectar l'*off the record*, recordar que els rumors mai no es consideren notícia, contrastar les fonts i indicar-ne la procedència, mantenir la presumpció d'innocència i un llarg etcètera.

Els llibres d'estil no són propietat exclusiva dels mitjans. Darrerament institucions com l'Ajuntament de Barcelona, la Universitat Pompeu Fabra o la Caixa d'Estalvis i Pensions, entre d'altres, també han editat el seu.

Mentre que Eusebi Coromina, autor del llibre d'estil d'*El 9 Nou*, creu que és interessant que apareguin noves publicacions, Oriol Camp, cap de la Unitat d'Assessors Lingüístics de Catalunya Ràdio i autor del manual *Catalunya Ràdio. Orientacions lingüístiques* (1993), opina que hi ha "un bum de llibres d'estil que no ajuda gaire, perquè es generen dubtes i opinions contradictòries".

Fruit del dia a dia

Aquests manuals d'estil no han aparegut del no-res. La majoria d'ells són producte de l'experiència dels correctors, lingüistes i assessors que treballen als mitjans i que dia rere dia han de corregir i resoldre contra relloige els mateixos errors o dubtes. "Són fruit de la pràctica diària", resumeix Eusebi Coromina.

Davant d'un dubte cada mitjà l'intenta resoldre amb els seus propis recursos. Una alternativa és consultar al Centre de Terminologia (Termcat), i una altra, no tan oficial però igualment practicada, és mirar què fan els altres. Fité recorda la controvèrsia de fa uns anys per



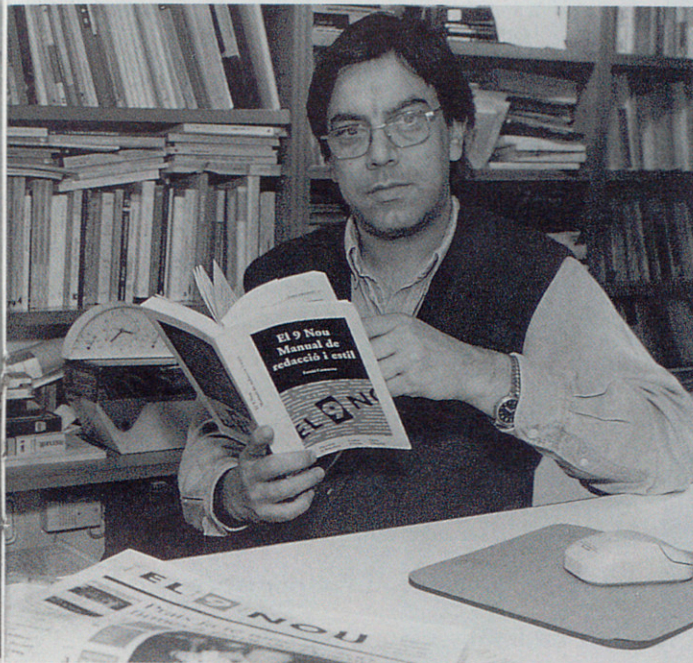
designar el nom d'un peix que es pesca al Canadà i que alguns mitjans castellans van anomenar "fletán". L'*Avui* va traduir-lo com a "rèmul", mentre que TV3 parlava d'"alibut". El que ara ha quedat com una anècdota, en el seu moment va portar més d'un maldecap entre correctors lingüístics i editors.

El març de 1995 TV3 va publicar el seu llibre d'estil, que tenia com a antecedents altres quaderns i opuscles editats abans internament. El director de la Comissió de Normalització Lingüística (CNL) de TVC, Francesc Vallverdú, explica que l'objectiu sempre ha estat "millorar la qualitat de la llengua". Si bé reconeix que a mitjans dels 80 hi va haver problemes amb el doblatge i la traducció, assegura que ara s'han reduït, i que al llarg dels catorze anys de funcionament de Televisió de Catalunya aquesta qüestió s'ha millorat. Com a mostra, la recent publicació del llibre *Criteris lingüístics sobre traducció i doblatge*. Un camp lingüístic on més ha avançat el català és el dels tecnicismes, sobretot dins de la meteorologia.

De cara al futur la tasca de la CNL se centra a actualitzar els parlars col·loquials, una decisió que segurament no compartiria el director del diari ABC, Luis María Ansón, que al pròleg del llibre d'estil d'aquest diari fa una crida aferrissada sobre la necessitat de conservar la llengua escrita davant del perill que els mitjans audiovisuals i la seva penetració a les llars empobreixin el llenguatge, mentre que Vallverdú i Fité coincideixen que TV3 i Catalunya Ràdio han ajudat a consolidar el model estàndard als mitjans de comunicació.

Escriure sense correctors

Quina utilitat tenen els llibres d'estil? Els fan



servir prou, els periodistes? Probablement no tan sovint com caldria. "Els serveis de correcció han malacostumat els periodistes. En general no hi ha preocupació per la llengua i es treballa amb moltes presses", diu Eusebi Coromina. En el cas del català, també s'ha de tenir en compte que molts periodistes s'han format en castellà, i per tant les seves dificultats i els seus dubtes a l'hora d'escriure són més grans. Coromina és partidari de fer més pràctiques a les facultats per guanyar competències en l'ús de la llengua. "El mateix periodista hauria de saber resoldre problemes contra relloige: saber què s'hauria de dir, si 'catering' o 'servei d'àpats', per exemple". Xavier Pericay, autor del llibre d'estil del *Diari de Barcelona*, creu que "és estranyíssim trobar un periodista del tot autosuficient en llengua; encara som lluny d'aquest estadi".

En aquest sentit el diari *El Punt* ha optat per aplicar a molts dels seus periodistes un mètode d'autocorrecció que consisteix a fer dels autors responsables dels seus textos fins al punt que aquests no passin per les mans dels correctors abans de publicar-se. Dels més de cent redactors, col·laboradors i corresponents que té el diari, aquest mètode s'aplica a uns setanta. Un cop publicada la notícia el departament de llengua fa un seguiment i en comunica els resultats a l'autor. El diari *Avui* també té la intenció d'aplicar aquest sistema entre una part dels seus periodistes perquè els editors puguin dedicar més esforços a l'edició i menys a la correcció.

El cap del departament de llengua d'*El Punt*, Pere Drou, és l'autor del llibre d'estil del diari, que conté orientacions lingüístiques. La voluntat del rotatiu és publicar un llibre d'estil complet el 1999, coincidint amb el vintè aniversari de l'edició d'*El Punt* a les comarques gironines. Amb la intenció de "ser transparent davant els

lectors", Pere Drou considera que el model de llengua del diari és periodísticament progressista: "Una llengua que innova per ella mateixa té possibilitats de futur, s'han d'aprofitar els recursos de la llengua, i les paraules estrangeres només han de servir per omplir buits".

Renovació constant

El primer llibre d'estil publicat en català va ser el del desaparegut *Diari de Barcelona*. Xavier Pericay reconeix que oferia "un model de llengua atrevit i a la vegada era un gest de transparència", i continua: "S'havia de poder explicar perquè el diari feia servir un model determinat. L'objectiu era demostrar que no hi havia cap carta amagada: vam construir el llibre al mateix temps que fèiem el diari". Pericay recorda que durant un mes va impartir classes de català pràctic als periodistes que fins llavors havien escrit en castellà.

El model de llengua que oferia el *Brusi* comportava l'acceptació dels anomenats "castellanismes històrics", com 'barco', 'despedir', 'entregar' o 'disfrutar'. Uns anys després, Pericay opina: "Les propostes del *Diari de Barcelona* estan en el diari *Avui*, i ens han superat de molt, amb nous usos lingüístics i un model més esponjós que el nostre".

Però no tot s'acaba amb la publicació d'un llibre d'estil. Darrere vénen les noves adaptacions i les correccions pròpies de l'evolució de la llengua. Tots els llibres d'estil s'han de reciclar progressivament i acceptar les noves paraules i construccions d'una societat canviant. Aquest món de transformacions ràpides fa que als nostres dies ens sorprengui llegir en anteriors edicions d'alguns llibres d'estil noms propis com la URSS, Iugoslàvia i Txecoslovàquia, ara que tots tres països ja han desaparegut del mapa.

Internet també ha arribat als llibres d'estil. Una mostra és que a la web de l'Agència Efe els internautes ja poden consultar-lo. Un pas més que permet beneficiar-se de les noves tecnologies a l'hora d'escriure... Amb estil, això sí.

Del bon gust i altres correccions

—Prohibició d'expressions irrespectuoses com "Le engaño como a un chino" (*El País*).

—Petició de bon gust per la redacció. Per això en referència als insults es diu textualment: "Esos términos indeseables deberán velarse mediante el empleo de la inicial seguida de puntos suspensivos" (ABC).

—El director, com a responsable últim de tot el contingut del diari, té dret de vet respecte als originals redaccionals i publicitaris (*La Vanguardia*).

—Supressió de tots els tractaments honorífics excepte els noms de ficció, com 'Don Quijote' o 'Capitán Trueno' (*El País*).

A l'esquerra, Xavier Pericay i Eusebi Coromina. Sota aquestes ratlles, Francesc Vallverdú.



— La solució que els diaris castellans han trobat a la traducció de mots com ara calçots o lehendakari ha estat no traduir-los —

— L'empresa editora d'El Periódico inverteix 1.500 milions en el llançament de l'edició clònica en català —